

אפליקציית התשלומים והארנק הדיגיטלי bit

של בנק הפועלים- חוות דעת כלכלית

תקציר מנהלים

- אפליקציית ביט הושקה בשנת 2016 והפכה לאפליקציית התשלום המועדפת בישראל להעברת תשלומים מאדם לאדם (P2P).
- ביט נתנה מענה לכל היעדים שהציב בנק ישראל: נוחות, זמינות, צמצום השימוש במזומן, צמצום הכלכלה השחורה, הפחתת עלויות ללקוחות ויש לה חשיבות יוצאת דופן בתקופת הקורונה.
- רוב ההעברות מאדם לאדם בישראל מתבצעות מחשבון לחשבון באמצעות אפליקציות ניהול חשבון בנקאיות, העברות אינטרנט, שיקים ובמזומן.
- חלקה של ביט בשוק זה, כ- 11 מיליארד ₪ בשנה האחרונה, אינו מגיע לשיעור מונופוליסטי מסך ההעברות P2P. גם בהגדרה מצמצמת של שוק של העברות של סכומים קטנים ביט איננה מתקרבת להיות מונופול בשוק הרלוונטי.
- ביט מספקת למשתמשים את שרותיה בחינם. כאשר משתמשי ביט מעבירים כסף זה לזה, החיוב נעשה בכרטיס האשראי של מעביר התשלום שרשאי לבחור בכל כרטיס אשראי שיש לו כפי שירצה.
- ביט הפכה לפופולרית בזכות חדשנותה וחוויית המשתמש. לביט אין הכנסות בשוק ההעברות P2P, אלא רק הוצאות.
- ביט משיתה על בנק הפועלים הוצאה שנתית כבדה. מרבית ההוצאה היא על תשלומי עמלות סליקה לחברות כרטיסי האשראי.
- ביט מגדילה את הכנסות כל חברות כרטיסי האשראי בתחום פעילות שלא הייתה להן כל נגיעה בו טרם השקתה: העברת מזומן מאדם לאדם.

- לביט פעילות עסקית שמניבה הכנסות בהיקף זעיר בשלב זה מפעילות הזיכויים והמסחר האלקטרוני.
- בשנת 2020 השיתה המדינה על כל בתי העסק תקן מאובטח חדש לשירותי הקופה, תקן EMV. עד לשנת 2022 כל בתי העסק בישראל מחויבים לעבור לתקן EMV.
- תקן EMV מאפשר ללקוחות לשלם באמצעות הסמארטפון שעליו מותקנת אפליקציית תשלום דוגמת ביט. היקף שוק התשלומים בשנה בבתי עסק ליד הקופות כ- 150 מיליארד ₪.
- חלקו המשלם באמצעות הסמארטפון מזין פעם אחת ויחידה את פרטי כרטיס האשראי שלו ומנפיק כרטיס זה יקבל את חלקו בעמלה הצולבת מתוך עמלות הסליקה שישלם בית העסק.
- השוק עובר טלטלה שבה עשרות מתחרים מנסים לשכנע את הצרכנים להשתמש באפליקציה או בארנק הדיגיטלי שלהם.
- בימים אלה נחתם הסכם בין בנק דיסקונט לשופרסל שייתן יתרון עצום לאפליקציית התשלום המתחרה בביט, פייבוקס ויעביר אליה רבים מחברי מועדון שופרסל, תוך ניסיון לשכנעם להשתמש בכרטיס שופרסל כתומך בסמארטפון.
- חברת Apple מחייבת את כל בעלי האייפון, המהווים 25% מהשוק, החפצים לעשות שימוש בארנק אלקטרוני להתקין את האפליקציה שלה Apple Pay וחוסמת כל אפליקציות תשלום אחרת המבוססת על EMV.
- עד סוף 2021 תשתנה כליל מפת השוק. ביט הינה כעת מתחרה אחת מני רבים וביניהם הבנקים הגדולים, חברות האשראי, רשתות, ושחקנים בינלאומיים.
- ביט דוגלת בגישת הארנק הפתוח שבו משתמשי ביט יוכלו לבחור בכל כרטיס אשראי שירצו לתשלום באמצעות הסמארטפון ואפליקציית ביט.

- חלק ממנפיקי כרטיסי האשראי, מסרבים לשתף פעולה עם ביט מסיבות כאלה ואחרות, לחלקם יש ארנקים משלהם, והם אינם מוכנים שכרטיס האשראי שלהם ישמש את ביט בעת רכישה בקופה בתקן EMV.
- עקב חסימת ביט על ידי המנפיקים המתחרים, נוצר מצב שמונע ממשתמשי ביט את החוויה שהם רגילים לה, חווית השימוש בביט. עקב כך, החליטה ביט להנפיק את כרטיס האשראי ביטקארד שיאפשר למשתמשי ביט שנחסמו, להמשיך ולהשתמש בכל מקום באפליקציית ביט האהובה עליהם.
- כרטיס ביטקארד יונפק על ידי כ.א.ל. בבעלות דיסקונט והיא תהנה מעמלות המנפיק של כל משתמש ביט, שיזין לסמארטפון את ביטקארד ככרטיס התשלום. כ.א.ל. היא שתיתן אשראי על גבי הכרטיס למחזיקי ביטקארד.
- הנפקה של כל כרטיס אשראי חדש בשוק עם הצעת ערך חדשה היא גורם מחולל תחרות ומאפשר עוד אפשרות בחירה לצרכנים, בדיוק ברוח רפורמת שטרומ.
- רשות התחרות אישרה לביט להמשיך בתהליך הנפקת ביטקארד על בסיס חוות דעת משפטית. הנפקת ביטקארד עולה לחלוטין בקנה אחר עם החוק לעידוד התחרות בבנקאות ולמניעת ריכוזיות.
- טוב יעשה הרגולטור אם יאפשר הפעלת ארנקים דיגיטליים פתוחים התומכים בכל חברות האשראי ואם ימנע מחברת Apple לחסום את מכשירי האייפון, המהווים כרבע מהשוק, בפני ארנקים דיגיטליים מתחרים.
- הטענות המופיעות במכתבו של עו"ד שטרומ מיום 28 בדצמבר 2020, לשר האוצר ולנגיד בנק ישראל שגויות לחלוטין מבחינה עובדתית: בנק הפועלים אינו עוסק כלל בסליקה; אין כל הסדר כובל בין הבנק לבנק דיסקונט; ביטקארד הוא כרטיס חוץ בנקאי לכל דבר ועניין; הנפקת הכרטיס אינה מונעת תחרות כלשהי מצד בנקים אחרים או חברות אשראי.
- כל פעילותה של ביט, ללא יוצא מהכלל, עולה בקנה אחד עם החוק להגברת התחרות ולצמצום הריכוזיות בבנקים ומקדמת את מטרותינו.

מבוא

עבודה זו נכתבה על פי הזמנה של בנק הפועלים, היוזם והמפעיל של אפליקציית התשלומים (או להלן: אפליקציית ביט) שהושקה לפני כארבע שנים, בשלהי שנת 2016.

לאור ההצלחה של אפליקציית ביט בשוק העברות הכספים בין משקי בית, שוק P2P שבו רכשה ביט מעמד דומיננטי, לצד שתי מתחרותיה פייבוקס של בנק דיסקונט ופיי של בנק לאומי, ולאור תוכניות ההתרחבות של הבנק לשווקים חדשים ותחרותיים, בעיקרם בסקטור העסקי, החל לאחרונה דיון ציבורי ער בביט בכלל ובתוכניות הפיתוח וההתרחבות שלה בפרט.

גורמים שונים העלו שאלות ותהיות שמא מנצל הבנק את הצלחתה ומעמדה של אפליקציית ביט בשוק ה P2P כדי לייצר לעצמו יתרונות בשווקים התחרותיים החדשים, שאליהם הבנק שואף להיכנס¹.

ולא רק זאת; היו אפילו שתהו אם כל היוזמה שבהשקת אפליקציית ביט לא באה לעולם אלא כמהלך נכלולי מתחכם, שנועד להחזיר את בנק הפועלים "בדלת האחורית" לשוק כרטיסי האשראי שאותו אולץ לעזוב במהלך שנת 2019, על פי החוק, עת מכר בבורסה וחילק לבעלי מניותיו את כל אחזקותיו, 100%, בחברת כרטיסי האשראי ישראלכרט².

הנהלת בנק הפועלים חושבת כי כל הטענות הללו נגד ביט שהועלו לאחרונה אינן נכונות כלל; הן נשענות על חוסר הבנה מוחלט של אפליקציית ביט, של שוק הארנקים הדיגיטליים וההתפתחויות בו ושל שוק האשראי הצרכני למשקי בית בישראל. הנהלת הבנק חושבת כי היו לה טעמים טובים להשיק את ביט ומעולם לא היו לה כוונות, גלויות או נסתרות, להפר את החוק ולחזור לפעול בשוק כרטיסי האשראי במישרין או בעקיפין.

הנהלת הבנק פנתה אלי כדי שאכתוב חוות דעת כלכלית בנושא הזה, חוות דעת פומבית, המבטאת את מיטב השיפוט המקצועי שלי.

¹ ראו למשל מאמרה של הילה ויסברג בגלובס מה 15.1.21 [ריבית דריבית - אפליקציית ביט משתלטת על השוק. לא כולם חושבים שזה טוב](#)

² ראו מכתבו של עו"ד דרור שטרומ מה 26.12.20 לנגיד בנק ישראל ולשר האוצר שכותרתו: בנק הפועלים מנפיק כרטיס אשראי "חוץ בנקאי" סיכול רפורמת התחרות בשירותים פיננסיים

לאחר שלמדתי את הנושא, הגעתי למסקנה כי עמדת בנק הפועלים מקובלת עלי לחלוטין. לכן נתתי את הסכמתי לכתיבת חוות הדעת שתוצג להלן.

לשם כתיבת חוות דעת זאת, בלוח הזמנים המתגור שהוצב בפני, צרפתי אלי שני כלכלנים בכירים, ד"ר מאיר אמיר ומר מיקי גור מחברת הייעוץ הכלכלי ד"ר מאיר אמיר ושות'.

כתיבת חוות הדעת הייתה משימה מאתגרת. לא רק עקב סד הזמנים; מדובר בתחום פעילות חדשני, דינמי, משתנה בקצב מדהים הנשען על הפיתוח הטכנולוגי המעודכן ביותר. מדובר בתחום פעילות מורכב מאד: מעין נקודת השקה וחיתוך של מספר דיסציפלינות או סוגיות כלכליות שונות: כלכלת כרטיסי האשראי, כלכלת מתן הלוואות צרכניות, כלכלת הבנקאות הדיגיטלית, כלכלת אפליקציות התשלומים וכלכלת ההגבלים העסקיים. כל הנושאים הללו מתלכדים ומשפיעים על כלכלת אפליקציית ביט, שבה עוסקת חוות דעת זאת.

ומעבר לכל זאת, ישנה אי ודאות רבה לגבי השוק, המתחרים המקומיים, המתחרים הבינלאומיים שכבר נערכים לכניסה לשוק, שינויים טכנולוגיים שיש להם השפעה מיידית על התחום, שינויי רגולציה ועוד משתנים נוספים שחלקם אף לא ידועים כרגע.

את כל הנושאים הללו צריך לסקור ולהקיף בתמצית בחוות דעת זאת.

עקב מורכבות הנושא ורוחב היריעה שלו, בנושא זה נכתבו בשנים האחרונות עשרות אולי מאות מחקרים ומאמרים, קל היה להכין חוות דעת מקיפה ועמוסה של עשרות עמודים ומעלה.

כדי להקל על הקורא, הגבלתי את עצמי לכתיבת מסמך תמציתי ונהיר של כ- 30 עמודים שכל מי שירצה יוכל לקרוא בו בהרף עין, פחות משעה.

חוות הדעת כוללת, מלבד המבוא, שבעה פרקים קצרים:

פרק א'- על ביט וההיסטוריה שלה

פרק ב'- על שוק אפליקציות התשלום בארץ ובעולם

פרק ג'- ניתוח השווקים הרלוונטיים שבהם פועלת ביט. האם ביט היא מונופול?

פרק ד'- תובנות אודות ביט

פרק ה' - ניתוח מהלכי ביט בבואה להיכנס לשווקים עסקיים תחרותיים חדשים,
החסמים שהוצבו בפניה ומה עושה ביט כדי לגבור על חסמים אלה

פרק ו' - רשימת הטענות שהועלו נגד ביט ומה התשובות להן

פרק ז' - סיכום ומסקנות

ועוד הערה קצרה לסיום המבוא : במהלך הכנת העבודה התבשרנו על המיזם המשותף של דיסקונט ושופרסל לקידום והרחבת השימוש באפליקציית התשלומים פייבוקס של דיסקונט³. זוהי התפתחות מאד דרמטית שתשפיע על שוק אפליקציות התשלומים והבנקאות הדיגיטלית בכללה ויש לה כמובן השפעה משמעותית על השוק שבו פועלת אפליקציית ביט ובצדק הגיעה הידיעה לעמודי הכותרות הראשיים של העיתונות הכלכלית.

הדבר מראה עד כמה דינמי, תחרותי ובלתי צפוי הוא התחום הזה ועד כמה הטענות על שליטה לכאורה בשוק וניצול כוח לרעה לכאורה הן משוללות יסוד.

פרק א' - אודות אפליקציית ביט והסביבה העסקית שלה - רקע כללי

אפליקציית התשלומים ביט הושקה על ידי בנק הפועלים בשלהי שנת 2016 והייתה הראשונה מסוגה בישראל בבעלות בנק. אפליקציית פייבוקס קדמה לה עוד לפני שנרכשה על ידי בנק דיסקונט.

האפליקציה ענתה על צורך חשוב שזוהה על ידי חטיבת החדשנות של הבנק : לאפשר העברת כספים מאדם לאדם (P2P - PERSON TO PERSON) במהירות, ביעילות, בפשטות ובביטחון מלא באמצעות הטלפון הסלולרי. יש הטוענים כי הצלחתה של ביט טמונה בראשוניותה בישראל, אך למעשה היא נובעת מהעובדה שסיפקה חווית לקוח טובה משמעותית מאשר מתחרותיה.

האפליקציה פותחה בזריזות ובמיומנות וזכתה בהכרה בינלאומית כאשר קטפה פרסים בתחרות הבינלאומית היוקרתית PayTech Awards⁴

³ ראה דה מרקר מ 21.1.21 [דיסקונט ושופרסל חוברות להקמת ארנק דיגיטלי](#)

⁴ לונדון 2020

עד להשקת האפליקציה לא הייתה דרך זמינה ונוחה לשלם לוועד הבית או לוועד הכיתה, להזמין פיצה במשותף או לשלם לבייביסיטר. יחד עם זאת, PayPal לדוגמה קיימת בעולם כאמצעי תשלום וארנק דיגיטלי כבר למעלה מעשר שנים.

בתקופת משבר הקורונה, קיבלה אפליקציית ביט חשיבות מיוחדת כשאפשר לבצע בקלות מיליוני טרנזקציות כספיות מאדם לאדם מהבית, מהבידוד, ללא כל מפגש פיזי.

הפשטות של ביט חרגה מכל מה שהיה מוכר בארץ בתחום העברת כספים עד אז. לאחר הורדה חד פעמית של האפליקציה, כל שעל המשתמש לעשות הוא לבחור אדם מתוך רשימת אנשי הקשר שלו בסמארטפון שלו, להקיש את הסכום, לרשום, אם ירצה, הסבר להעברה ובכך תם ונשלם ההליך. אם לצד השני לא מותקנת האפליקציה, הוא יקבל מסרון עם קישור להורדת האפליקציה ובכך ישלים את הפעולה.

הסכום שהועבר יחויב בכרטיס האשראי של המשלם בצד שאר החיובים הרגילים בכרטיס והמוטב יקבל עדכון, והכסף יזוכה בחשבוננו רק למחרת. המשלם יכול לבחור כל כרטיס אשראי שברשותו ככרטיס שבו יחויב התשלום. המשלם לא נדרש לדעת את מספר חשבון הבנק של המקבל או את פרטי כרטיס האשראי שלו והמקבל מצדו לא חשוף לפרטים אלו של המשלם. פרטיות מלאה.

הצלחתה הגדולה של ביט לא נבעה מראשוניותה אלא מפשטות הפעלתה ומחוייית הלקוח המצוינת שלה שהיו חסרי תקדים עד להשקתה.

ביט נתנה מענה הולם לצורכי המשתמשים ובה בשעה נתנה מענה ראוי ליעדים שהמדינה הציבה לעצמה כפי שנוסחו על ידי ועדת מנדלסון⁵ "הוועדה לקידום השימוש באמצעי תשלום מתקדמים": צמצום השימוש במזומן וצמצום הכלכלה השחורה, הפחתה של עלויות העסקה ללקוח בהשוואה לאמצעי תשלום אחרים, תיעוד כל העסקאות, נוחות שימוש ללקוח, זמינות מלאה ללקוח, ניטור כל העסקאות הדיגיטליות. לצד זה חשוב לזכור שצמצום השימוש במזומן תורגם מיידית להגדלת הפעילות בכרטיסי אשראי, ממנה נהנים כל המנפיקים ובייחוד חברות כרטיסי האשראי.

בתוך תקופה קצרה של מספר חודשים קמו לביט שתי אפליקציות תשלומים מתחרות: PayBox (או: פייבוקס) שנרכשה על ידי בנק דיסקונט, ואפליקציית PAY

⁵ ועדה שהוקמה ע"י בנק ישראל בשנת 2014 – מס 3 ברשימת המקורות

(או : פיי) של בנק לאומי .

בשנת 2020 מספר מורדי אפליקציית ביט, בקרב משתמשי אנדרואיד, עמד על כ- 2.6 מיליון (63%) לעומת כ- 1.2 מיליון בפייבוקס (29%) ו- כ- 320,000 בפיי (8%).⁶ נפח הפעילות הכספית שעבר באמצעות ביט בשנת 2020 עמד על כ- 11 מיליארד ₪⁷, כאן המקום לציין כי העברות כספים מאדם לאדם P2P, המתבצעות באמצעות אפליקציות תשלום הן רק חלק קטן מסך ההעברות P2P לסוגיהן. מרבית ההעברות האלה מתבצע באמצעות העברה בנקאית מחשבון לחשבון, באפליקציות הבנקאיות לניהול חשבון או באתרי האינטרנט של הבנקים. חלק נוסף באמצעות צ'קים וכמובן חלק נוסף במזומן. האפליקציה מיועדת להעברות סכומים קטנים יחסית. סכום העברה אחת מוגבל ל- 3,600 ₪ וסך ההעברות לחודש מוגבל ל- 12,000 ₪. ההיבט החשוב לענייננו באפליקציית ה P2P של ביט נעוץ בעובדה כי השרות ניתן למשתמשים ללא תשלום, בחינם (חלק מהמשתמשים משלמים בגין הזיכוי בהתאם לתנאים בבנקים שלהם). התשלום אותו רוצה להעביר המשתמש מחויב בכרטיס האשראי שלו ועמלת הסליקה (עמלה צולבת למנפיק הכרטיס ועמלה לסולק הכרטיס) משולמת על ידי הבנק, הוצאה משתנה לצד עלויות תפעול האפליקציה וכן הוצאות פיתוח ראשוניות ושוטפות ושירות לקוחות. כל זאת, כאמור, ללא תשלום מצד הלקוח, שגם מקבל מהבנק אשראי ממוצע של שבועיים, פער הזמנים בין חיוב המשלם בכרטיס האשראי שלו לקבלת הכסף בחשבון המקבל. מקבל התשלום מחויב או לא בגין הזיכוי בהתאם לתנאיו בבנק בו מתנהל חשבונו. בנק הפועלים מממן, אפוא, את פעילות ביט בסכום הנאמד ב- 100 מיליון ₪ לשנה. לאחר התבססותה בשוק ה P2P, החלה ביט, בראשית שנת 2019, לפעול בשווקים המסחריים, התחרותיים, שבהם מתבצעת עיקר הפעילות הכלכלית שמצריכה העברת כספים בין צדדים בעסקה, בעיקר על הפלטפורמה של כרטיסי האשראי. תחום זה כולל שני שוקי משנה: תשלומי B2P, ותשלומי P2B⁸ שנקבע עבורם השם Bit com הכולל גם רכישה בחנויות וירטואליות באינטרנט.

⁶ נתונים אלה נמסרו לנו ע"י בנק הפועלים ומבוססים על נתוני Similar Web.

⁷ אומדן סך נפח השוק – 16.5 מיליארד ש"ח

⁸ Business to Person –b2p, Person to Business – p2b

שוק העברת כספים שאינם P2P⁹

1. בתחום ה B2P נחתמו עסקאות עם חברות ביטוח, בין היתר הראל, מגדל ואיילון. אפליקציית ביט משמשת להעברת תשלומי תביעות קטנות והחזרים של חברות הביטוח למבוטחיהן. זהו מודל עסקי שונה ממודל ה P2P שתואר. לא מעורבים בו כרטיסי אשראי וחברות כרטיסי אשראי. חברות הביטוח נותנות לביט הרשאה לחייב את חשבונן שממנו הן משלמות זיכויים למבוטחיהן וביט מעבירה את התשלומים למשתמשי האפליקציה. במודל זה, מודל ה B2P, אין לביט תשלומי סליקה כלשהם ומנגד היא גובה מחברות הביטוח עמלה עבור השירות. שירות זה מחליף את משלוח השיקים ללקוח בדואר והוא אמור להיות משתלם הן למשלם, הן למקבל הכסף והן לביט.

2. בתת התחום השני – P2B, חתמה ביט, לדוגמא, על הסכמים עם חברות כגון: דומינוס פיצה, קסטרו, מחסני חשמל ועוד. ההסכם שנחתם מאפשר ללקוחות של חברות אלה לשלם במהירות באמצעות ביט בטלפון או באתר האינטרנט של הספק. בניגוד להעברות P2P, בעסקה מסוג זה לא חלים על ביט דמי סליקה כלשהם. אלה משולמים על ידי הספקים שהתקשרו עם ביט. עסקאות מסוג זה אינן מחייבות כל התקשרות או הסכמה של חברות כרטיסי האשראי שהכנסותיהן מתקבלות מעמלות הסליקה שמשלמים הספקים. ביט מקבלת עמלה מהספק על השירות שלה. למעשה פעילותה של ביט בתחום זה דומה ומתחרה עם פעילות אפליקציית תשלומים כגון: PayPal. הלקוח נהנה מקנייה זריזה ללא צורך לחשוף את פרטיו ואת פרטי כרטיס האשראי שלו לכל הספקים שמהם הוא רוכש מוצרים ושירותים. ספקים אלו משלמים עמלה לביט על הנגשת התשלום ללקוח, מעבר לתשלום העמלה הרגילה שמשלם בית העסק לחברות כרטיסי האשראי ולחברה הסולקת שלו. לפי שעה, היקף פעילותה של ביט בתחום זה הינו מצומצם, אבל מדובר בשוק תחרותי רחב עם פוטנציאל העברות כספים של עשרות מיליארדי ₪. הוא מחייב עבודת שיווק נרחבת מול אלפי ספקי שירות שיצרפו את אפליקציית ביט לאמצעי התשלום שהם מציעים ללקוחות שלהם.

שוק התשלומים בנקודת המכירה POS- תקשורת טווח אפס

⁹ ניתן אף לחלק שוק זה לשני שווקי ביניים ולראות את קטגוריית B2P שאינה נשענת על פלטפורמת כרטיס אשראי כשוק נפרד אבל לשם פשטות נדבק בעיקרון שכל דבר מתחלק לשלושה, גם במקרה שלפנינו.

Near Field Communication - NFC

הפריצה הגדולה של ביט אל העולם העסקי צפויה להתרחש משנת 2021 ואילך עם אימוץ טכנולוגית תשלום ואבטחה חדשה שהושקה בישראל כתקן מחייב בשנת 2020 EMV¹⁰.

טכנולוגיית EMV שתהווה תקן מחייב על פי הנחיות בנק ישראל, תותקן בכל הקופות של כל בתי העסק בישראל עד למחצית שנת 2022. הטכנולוגיה מאפשרת ללקוח לשלם כל חשבון ליד הקופה באמצעות הסמארטפון, ללא נגיעה Contactless, על ידי חשיפת אפליקציית התשלומים שמותקנת בסמארטפון שברשותו מול מסך קופת התשלום.

עם כניסתה לשוק זה תעשה אפליקציית ביט את צעדיה הראשונים כארנק דיגיטלי שייתר את הצורך להציג לקופאי את כרטיס האשראי. חשוב להבהיר שהמעבר לארנק הדיגיטלי אינו אוטומטי והוא מצריך פעילות אקטיבית מצד המשתמש על מנת שיטען מחדש את כרטיס האשראי שלו בארנק. אמנם הלקוח יחויב עדיין בכרטיס האשראי שלו, בדיוק כמו בעבר, אך החיוב יבוצע מהטלפון הנייד שלו ולא יהיה כל צורך להחזיק את כרטיס הפלסטיק בארנק ולהציגו בקופת בית העסק. המעבר לארנק אלקטרוני אינו אוטומטי אלא דורש פעילות אקטיבית מצד המשתמש על מנת שהאחרון יטען מחדש את כרטיס האשראי שלו בארנק. חברת כרטיסי האשראי צריכה להסכים לזה.

הארנק הדיגיטלי נותן מענה מצוין למטרות שהציב בנק ישראל ביחס לאמצעי התשלום המתקדמים: פשוט לתפעול, מהיר, יעיל, בטוח, מייתר עסקאות במזומן ואף ידידותי לסביבה.

במהלך השנה החולפת הסתבר כי כניסתה של ביט לעולם התשלומים העתידי בתקן EMV רצופה בקשיים. מטרתה של ביט הייתה ועודנה לאפשר לכל משתמשי ביט, ללא כל קשר לכרטיס האשראי שבו הם מחזיקים, לשלם באמצעות האפליקציה. אלא שכדי לממש יעד זה חייבת ביט לקבל את הסכמתם של כל המנפיקים.

¹⁰ Europay, Mastercard, Visa - EMV

עד מהרה נוכחה ביט לדעת כי חלק מהמנפיקים¹¹ אינם מוכנים להגיע עמה להסדר לפיו מחזיקי כרטיסי האשראי שלהם יוכלו לשלם באמצעות הארנק הדיגיטלי של ביט. בדרך כלל, בגלל כוונתם להפעיל ארנק דיגיטלי מתחרה משל עצמם.

יש בישראל שמונה מנפיקי כרטיסי אשראי עיקריים: חמשת הבנקים הגדולים ושלוש חברות כרטיסי האשראי. כדי לאפשר לכל לקוחות ביט להשתמש באפליקציה לביצוע תשלומים בעת ביצוע קניות ישירות מול מסך הקופה, אצל כל הקמעונאים בישראל, נדרש אישורם של כל המנפיקים שאינם בנק הפועלים, שאישורו מובטח כמובן. המשך קיומה של ביט כאפליקציה אוניברסלית הפתוחה ללקוחות כל הבנקים וללקוחות כל חברות כרטיסי האשראי, תלוי, אם כן, ברצונם הטוב של כל שאר מנפיקי כרטיסי האשראי מלבד בנק הפועלים.

השיהוי בהשגת הסכמים עם כל המנפיקים הוא מצב בלתי נסבל מנקודת מבטה של ביט. עד כה, שירתה ביט, כאמור, את מחזיקי כל כרטיסי האשראי בישראל. עתה, כאשר משתמש ביט יגיע לקופת הקמעונאי וירצה לשלם באמצעות האפליקציה מהטלפון הנייד שלו, העסקה לא תוכל להתבצע כאשר כרטיס האשראי שברשותו איננו מאשר את השימוש בארנק הדיגיטלי של ביט.

בלית ברירה, וכל עוד נחסם הארנק הדיגיטלי של ביט על ידי חלק מהמנפיקים, וכדי שכל לקוחותיה של ביט, ללא יוצא מהכלל, יוכלו לבצע רכישות ישירות באמצעות האפליקציה, בכל בית עסק באמצעות הסמארטפון, נאלצה ביט לפנות לחברות כרטיסי האשראי בהצעה להנפיק כרטיס חדש - שיאפשר ללקוחות ביט, שאינם בעלי כרטיס אשראי שהונפק על ידי בנק הפועלים, לבצע תשלומים באמצעות הארנק הדיגיטלי של ביט וזאת לאור העובדה שכרטיס האשראי המצוי ברשותם אינו תומך בביט. לאחר בחינת הפתרון הטכנולוגי שהוצע על ידי שלוש חברות כרטיסי האשראי נבחרה חברת כ.א.ל שנתנה את הפתרון הטוב ביותר. משתמשי ביט, שאין להם כרטיס אשראי תומך ביט, יוכלו להזמין את כרטיס האשראי החדש, ביטקארד, ולהמשיך להשתמש באפליקציית ביט המוכרת והמועדפת עליהם.

אלה הן הסוגיות העיקריות שעל הפרק שבעטיין נכתבת חוות דעת זאת: סוגיית חסימתה של ביט, באופן לא תחרותי לכאורה, סוגיה הנבחנת בימים אלה ע"י המפקח

¹¹ מנפיקים הם הגורמים המספקים ללקוחות כרטיסי אשראי: הבנקים, חברות האשראי, (בשיתוף מועדוני הלקוחות). תחת פרוטוקול EMV נדרשת הסכמת המנפיק כדי להכניס כרטיס אשראי לארנק הדיגיטלי. באופן זה, הלקוחות של המנפיק בעצם שבויים של הנכונות שלו לאפשר סליקה של הכרטיסים שלו בארנקים השונים.

על הבנקים ועל ידי הממונה על רשות התחרות וסוגיית הנפקתו של כרטיס האשראי ביטקארד. בעת כתיבת שורות אלה נודע כי רשות התחרות לא תעמוד בדרכו של בנק הפועלים בכל הנוגע להנפקת כרטיס האשראי החדש ביטקארד. במאמר מוסגר נזכיר בקצרה כי חברת אפל השולטת בכרבע מהשוק עם מכשירי אייפון מתוצרתה, אינה מאפשרת לביט או לכל אפליקציה אחרת להתקשר עם מסוף הקופה. (רכיב חומרה הקרוי NFC ¹² מותקן במכשיר הטלפון ויש להתחבר אליו). אפל החליטה כי ניתן יהיה לבצע עסקאות ליד הקופה בטלפונים מסוג אייפון אך ורק באמצעות אפליקציית התשלומים הפרטית שלה הקרויה Apple Pay ¹³. באופן זה חוסמת אפל כל תחרות מכיוונם של ארנקים דיגיטליים אחרים. נושא זה אינו בתחום העיסוק של חוות דעת זאת ולא נדון בו בהרחבה. לדעתנו, נדרשת פעולה אקטיבית מצד המפקח על הבנקים ורשות התחרות, שתכפה על חברת אפל לאפשר שימוש אוניברסלי באייפון, כפי שכבר קרה בגרמניה ¹⁴. נושא זה מטופל במדינות אחרות שבהן מנסה אפל להכתיב את כללי אי התחרות שלה. כל עוד לא יוסדר הדבר, שוק התשלומים הישירים מבוססי EMV יקטן ב- 25% בהיבט התחרותי.

פרק ב' – אפליקציות תשלום - סקירה כללית

בעולם וכמובן גם בישראל מתחוללת בשנים האחרונות מהפכה בתחום הבנקאות בכלל ובתחום שיטות העברת התשלומים בפרט. על פי דו"ח חברת המחקר PAYPERS לשנת 2019, במסחר האלקטרוני (Ecommerce) פעילות כיום כ- 140 שיטות שונות להעברת תשלומים. בפרק זה נתמקד בתשלומים המתבצעים על ידי הלקוח בנקודת המכירה (POS- Point of Sale) באמצעות הטלפון החכם ואפליקציית התשלומים שמותקנת עליו, שיוצרים את הארנק הדיגיטלי.

¹² Near Field Communications

¹³ מספר ההתקנות של Apple Pay חצה את ה- 400 מיליון ומערכות משפטיות כנגדו מתנהלות במדינות רבות.

¹⁴ המקור: מצגת בנק הפועלים. (מסי' 18 ברשימת המקורות)

על פי מחקר של חברת Worldpay כ- 25% מהעסקאות ליד הקופה בעולם כבר היום מתבצעות באמצעות אפליקציות התשלום, כ- 55% באמצעות כרטיסי אשראי מפלסטיק וכ- 20% במזומן (2019).

בישראל תחום התשלום באפליקציות עודנו נמצא בחיתוליו והשוק הקמעונאי בישראל מתבסס בעיקר על השימוש בכרטיסי אשראי, כרטיס הפלסטיק שנכנס לשימוש בישראל לפני כ- 50 שנה וכנראה שיעלם בתוך מספר שנים. מתוך 9.2 מיליון כרטיסי אשראי פעילים בישראל¹⁵, כ- 6.1 מיליון כרטיסי אשראי הינם כרטיסי אשראי בנקאיים של חמשת הבנקים הגדולים המהווים 95% משוק הבנקאות המקומי, וכ- 3.1 מיליון כרטיסי אשראי הינם כרטיסי אשראי חוץ בנקאיים שהונפקו ע"י חברות כרטיסי האשראי, בעיקר 3 הגדולות, ישראלכרט, מקס ו- כ.א.ל.

מחזור העסקאות בכרטיסי האשראי עמד בשנת 2020 על סך של כ- 350 מיליארד ₪.¹⁶ כפי שהובהר בפרק א', בשנת 2020 יצא לדרך שינוי מהפכני המחייב את בתי העסק לאמץ את טכנולוגיית EMV ושינוי זה מטלטל את שוק כרטיסי האשראי.

שיעור החדירה של תקן EMV לבתי העסק בישראל עומד היום על כ- 54% מהמסופים ועל פי החוק, כל בתי העסק בישראל יטמיעו את הטכנולוגיה הזאת עד אמצע 2022. כרגע מרבית העסקאות עדיין מבוצעות ע"י המצאת כרטיס הפלסטיק והעברתו בקופה. כאמור, הטכנולוגיה החדשה¹⁷ מאפשרת ללקוחות לקרב את הטלפון החכם לקופה,¹⁸ ולשלם באמצעותו כהרף עין, ללא הצגת כרטיס האשראי. שנת 2021 תאופיין, אפוא, במעבר הדרגתי של לקוחות לאופציית התשלום החדשה, תשלום מהטלפון החכם, הסמארטפון, במקום השיטה שנהגה בישראל שנים רבות. זוהי טלטלה של ממש.

ראשית על הלקוח לבחור את האפליקציה שישלם באמצעותה ובנוסף, עליו לבחור, באופן חד פעמי, בכרטיס האשראי שיגבה את האפליקציה המותקנת על הסמארטפון שלו, הכרטיס שבו יחויב. שיטת התשלום החדשה עשויה להביא לכך שהלקוחות יינטשו את כרטיס הפלסטיק ששילמו בו בעבר ויעברו לכרטיס אחר.

¹⁵ המקור: מצגת בנק הפועלים (מס' 19 ברשימת המקורות)

¹⁶ עסקאות מרחוק ועסקאות ליד הקופה.

¹⁷ בצירוף רכיב חומרה המצוי בטלפונים החכמים NFC

¹⁸ קיימת גם טכנולוגיית סריקה QR שתפעל בתחבורה הציבורית, אך אין בכך כדי להשפיע על אופי הדיון.

9.2 מיליון הכרטיסים הפעילים שהונפקו מלמדים כי לקוחות רבים מחזיקים בארנקם בשני כרטיסי אשראי ואף יותר.

מציאות חדשה זו מייצרת סביבה תחרותית שלא הייתה כמותה בישראל. השחקנים בתחרות זאת הם הבנקים, חברות כרטיסי האשראי, מועדוני הלקוחות של חברות כרטיסי האשראי על שלל כרטיסיהם, עשרות מועדונים ייעודיים, חברות פינטק וגם מאות רשתות ובתי עסק בכל תחומי המסחר.

בפרק א' הבהרנו כי אפליקציית ביט הינה האפליקציה המובילה בתחום העברת תשלומים מאדם לאדם (P2P) אך ספק אם לנתון זה תהיה השפעה רבה בעולם התשלומים החדש המתהווה לנגד עינינו.

לדוגמא, חברה כמו שופרסל, שמועדון הלקוחות שלה מונה למעלה משני מיליון חברים, ומהם 600,000 בעלי כרטיס אשראי חוץ-בנקאי של שופרסל ו כ.א.ל. , תציע ללקוחותיה לבצע רכישות ברשת שלה אך ורק באמצעות האפליקציה שלה המזכה בהנחות, מבצעים וצבירת נקודות. לאחר החבירה בין דיסקונט לשופרסל, שעליה דווח ב- 21.1.21 , כל לקוחות שופרסל יופנו לאפליקציית פייבוקס / שופרסל החדשה ובאמצעותה לחברת כרטיסי האשראי כ.א.ל. בבעלות דיסקונט. פייבוקס תקבל לבטח מאות אלפי לקוחות חדשים מתוך יותר משני מיליון חברי מועדון שופרסל וככל האפשר יונפק להם כרטיס אשראי משולב, כרטיס חוץ בנקאי, של מועדון שופרסל ו- כ.א.ל.

אפשר שחברי מועדון שופרסל אלה ימשיכו להעביר כספים P2P באמצעות ביט, במימון מלא של בנק הפועלים, אך ההכנסות יהיו נחלתו של ארנק דיגיטלי אחר. בעתיד הקרוב, מסך הטלפון הנייד של הישראלי הממוצע, יציג לא מעט אייקונים של אפליקציות תשלום שונות והוא יתמרון ביניהן לפי העדפתו וחישובי הכדאיות שלו. ייתכן כי בשנים הקרובות ישוקו לציבור עוד כרטיסי אשראי רבים בגיבוי שלוש אפליקציות התשלום המקומיות המתחרות. הלקוח כבר לא יאלץ לשאת בכיסו ארנק תפוח בכרטיסי פלסטיק שונים ומרובים. הכרטיסים, כל עוד יהיה להם קיום פיזי, יוכלו להישאר בבית. הנפקת כרטיס אשראי חדש תארך כ- 2 דקות, בזכות מאגר נתוני האשראי של בנק ישראל¹⁹, והכרטיס יהיה פעיל מיידית על הטלפון הנייד.

¹⁹ הלקוח ייתן את הסכמתו לדליית פרטיו ממערכת נתוני האשראי לשם בירור עובדת היותו לקוח ראוי לכרטיס אשראי.

נראה שלא הייתה מעולם תחרות עזה ומגוונת מזו הצפויה בשוק הארנקים הדיגיטליים של אפליקציות התשלום.

דברים אלו, עובדות אלו, מציגות באור מגוחך את כל הטוענים למעמד מונופוליסטי לכאורה של ביט ואת כל המנסים לחסום את דרכה לתחרות בשוק התשלומים שתואר לעיל, בשוק שאין תחרותי ממנו.

להלן רשימה חלקית של האפליקציות שיתחרו זו בזו בשוק המתהווה, החדש. נזכיר כי כל האפליקציות הללו אינן יכולות לפעול במכשירי אייפון ולכן התחרות ביניהן מלכתחילה היא על כ- 75% מהלקוחות בלבד.²⁰ האפליקציות שונות זו מזו בגישתן: חלקן מאפשרות לכל המנפיקים לתת גיבוי למכשיר (ארנק פתוח) וחלקן משייכות את האפליקציה רק למנפיקים מסוימים (ארנק סגור). גם האפליקציות המעוניינות בארנק פתוח תלויות ברצונם הטוב של כל המנפיקים. בעת כתיבת שורות אלה מנפיקים כגון מקס, לאומי ודיסקונט אינם מעוניינים להתקשר עם ביט. כלומר, משתמש ביט שאינו בעל כרטיס אשראי שהנפיק בנק הפועלים, שירצה לשלם בבית עסק כלשהו בביט, עלול לקבל במכשיר שלו את התשובה הבאה: לצערנו האפליקציה אינה נתמכת על ידי כרטיס האשראי שברשותך.²¹

להלן, רשימה חלקית ביותר של אפליקציות תשלום שתאפשרנה במהלך 2021 לשלם ליד הקופה באמצעות הטלפון החכם בתקן EMV (חלקן, כמו אפליקציית ביט, טרם השיקו את השימוש החדש)

1. bit של בנק הפועלים – ארנק פתוח לכל המנפיקים.²²
2. paybox – של דיסקונט ושופרסל – שיהיה, גם הוא, ארנק פתוח.
3. בנק לאומי – ארנק סגור ללקוחות בנק לאומי ו-Pepper.
4. Anypay - של ישראלכרט – ארנק למחזיקי ישראלכרט ומועדוני הלקוחות שלה.
5. CalPay – של כ.א.ל – ארנק למחזיקי כ.א.ל ולמועדוני הלקוחות שלה.
6. MaxPay – של Max – ארנק למחזיקי Max ולמועדוני הלקוחות שלה.

²⁰ חברת אפל (מכשירי אייפון) מחזיקה כ- 25% ממכשירי הטלפון החכם בישראל.

²¹ מסיבה זו הגתה ביט את התכנית להנפקת הביטקארד שיאפשר לכל לקוח להמשיך ולהשתמש בביט גם אם חברת האשראי שלו סרבה להתקשר עם ביט ואינה תומכת בשימוש באפליקציית ביט.

²² מותנה בהסכמתם על פי כללי הרגולציה הקיימת.

7. **Google Pay** – של גוגל. – ארנק פתוח לכל המנפיקים שיתקשרו בהסכם עם גוגל. (ארנק זה כולל גם יכולות P2P ומתחרה ב-P2P של ביט)

8. **Apple Pay** – של אפל – הארנק פתוח למנפיקים שיתקשרו בהסכם עם אפל²³. אבל רק על הטלפון של אפל, אייפון, החסום לכל האפליקציות המתחרות. על רשימה חלקית זו, ניתן להוסיף עשרות אפליקציות מקומיות של בתי עסק או נותני שירותים, כל אחת מהן ייחודית בדרכה.

אפליקציית פנגו עם 2.2 מיליוני משתמשים משמשת לתשלומי חניה, לתדלוק ושירותים נוספים. כך גם אפליקציית סלופארק. ילו משמשת לתדלוק בתחנות פז ולרכישת מוצרים וכך גם האפליקציות של סונוול ודלק. סופרפארם אחת האפליקציות הגדולות אמורה להתחבר ל EMV וכך אפליקציות רבות של בתי עסק כגון מקדונלדס. בעת כתיבת שורות אלה הודיעה גם חברת רמי לוי על השקת ארנק דיגיטלי חדש. אפליקציה חדשה של ישראלכרט בשם **Anyway** תשמש את נוסעי התחבורה הציבורית ע"י סריקת QR.

גם **PayPal** וחברות זרות רבות שכבר פועלות במסחר הדיגיטלי המקוון בישראל אמורות להצטרף לתקן ה EMV וביניהן **Samsung Pay**, **amazon**. גם ענקיות המסחר המקוון כגון **Alipay** תיכנסנה לשוק הישראלי בתקן EMV. **Facebook** באמצעות **WhatsApp** מתכננות חדירה חדשנית ויצירתית במיוחד²⁴ על פניו, הסיכוי שאפליקציה כלשהי תהפוך למונופול בשוק כל כך גדול ותחרותי לא קיים בכלל.

יחד עם זאת, אם אמנם, בעלי הסמארטפונים מדגם אייפון של חברת Apple יוכלו לשלם בבתי העסק אך ורק באמצעות אפליקציית Apple Pay אזי ניתן יהיה לקבוע שחברת Apple הינה מונופול לגבי המכשירים מתוצרתה. מכיוון שאפליקציית התשלום של אפל, Apple Pay טרם הושקה בישראל, לא ניתן עדיין להתייחס באופן פסקני לסוגיה זו.

כפי שניתן ללמוד מהסקירה הקצרה, שוררת כעת בשוק האפליקציות והארנק הדיגיטלי אי ודאות רגולטורית שאיננה ייחודית לישראל

²³ אפל תבקש לגבות עמלה מהמנפיקים.

²⁴ מדובר בין היתר על השקת מטבע חדש ואחיד, כלל עולמי, על ידי פייסבוק. לא ניתן להרחיב במסגרת קצרה זו.

חלק מהבעיות עשוי להיפתר או להשתנות בגין שינויים טכנולוגיים; חלק ייפתר או ישתנה בגלל כללי רגולציה חדשים הנבחנים על ידי הרגולטור כגון החלטה לחייב את כלל המנפיקים לגבות את כל הארנקים הדיגיטליים על פי עקרונות אחידים. גם בשוק הבנקאות צפוי שינוי משמעותי עם השקתו הצפויה של בנק דיגיטלי חדש בישראל בשנה הקרובה.

בעתיד צפויים שינויים טכנולוגיים נוספים בעולם הבנקאות. במסמך זה אנו מתייחסים למציאות שתשרור בישראל בעתיד הקרוב ומתעלמים מהשינויים העתידיים שאין להם עדיין תאריך יישום.

פרק ג' - האם ביט היא מונופול?

התשובה לשאלה זו היא לא; ביט אינה מונופול בשום שוק שבו היא פועלת או מתכוונת לפעול. אבל היות וטענת המונופול עלתה, ואף צוין כי לביט יש כביכול 90% משוק ההעברות²⁵ של P2P אין לנו ברירה אלא לקיים דיון קצר בשלושת השווקים שבהם פועלת או תפעל ביט כפי שפורטו בפרק א'.

1. שוק ה P2P

כפי שצינו בפרק א', חלקה של ביט בהעברות מאדם לאדם, P2P, נאמד בכ- 11 מיליארד ₪. זהו נתח שוק מזערי של פחות מ- 5% מהשוק של העברות P2P שבו לקוחות הבנקים מעבירים כספים זה לזה באמצעות האפליקציות הבנקאיות לניהול חשבון והאינטרנט. מבחינת הגדרת השוק הרלוונטי, אין זה משנה אם הכסף עבר באמצעות אפליקציית הבנק או באמצעות אפליקציית ביט. הגדרת ביט כמונופול איננה עומדת בשום מבחן כלכלי או משפטי. זהו שרות המקיף לא יותר מ- 5% מהשוק. גם אם יבוא מאן דהוא ויטען כי רק שוק ההעברות בסכומים קטנים הוא השוק הרלוונטי, גם אז ביט איננה מונופול. היקף העברות כספים בין פרטים באפליקציות הבנקאיות לניהול חשבון ובאתרים הבנקאיים, בסכומים של עד 3,600 ₪ נאמד ב- 15-20 מיליארד ₪. כך שאם נצרף מגזר זה להיקף ההעברות באפליקציות התשלום נקבל היקף של כ- 35 מיליארד ₪ שביט מהווה בו כ- 30%. הוספת פעילות

²⁵ ראו הסיפא של מכתבו של שטרם שאליו התייחסנו בהערת שוליים 2 שם מופיע המספר המופרך של 90% שהביא את כותבו לדרוש "בדק בית" לא פחות.

ההעברות במזומן ותשלומי שיקים עד 3,600 ₪, שהינם בהחלט חלק מהשוק הרלוונטי של העברות P2P, תייתר לחלוטין דיון במעמדה של ביט בשוק זה, שהוא בפרוש מעמד לא מונופוליסטי.

ואם נוסיף לכך את כלל היקף ההעברות בדיגיטל הבנקאי (אפליקציות ואתרים) בסכומים שמעל 3,600 ₪, הרי שסך פעילות ה-P2P, תגדל בעוד 50 מיליארד ₪ וחלקה של ביט יפחת עד מאד. ביט איננה מונופול בכל דרך שבה בוחנים את הסוגייה.

חשוב להזכיר כי סכום ההעברות מאדם לאדם המבוצע באמצעות האפליקציות איננו משקף כלל את ההכנסות של האפליקציות עצמן. זהו שוק חנימי לחלוטין. אין כאן חברה שרוב ההכנסות בשוק מגיעות אליה ולכן היא מוגדרת כמונופול. על כך נרחיב בהמשך.

כפי שהראנו בפרק ב', שוק האפליקציות עובר תהפוכות מדי יום. לדוגמא, המיזם המשותף בין דיסקונט לשופרסל על אפליקציית פייבוקס צפוי להגדיל בעתיד הקרוב מאד את חלקה של פייבוקס בשוק כאשר מאות אלפי חברי מועדון שופרסל יתמרצו להוריד ולהשתמש באפליקציית פייבוקס-שופרסל, חלקם מן הסתם לקוחות של ביט וחלקם לקוחות חדשים. כלומר, במקום שוק אפליקציות P2P שבו יש שחקן אחד גדול, ביט, אנו עשויים לקבל שוק עם מגוון רחב של שחקנים. מדובר בהתפתחות שיכולה לקרות כהרף עין. גם בנק לאומי, שאינו קוטל קנים ומושקע עמוק באפליקציית פיי ובבנק הדיגיטלי שלו Pepper, יכול עוד להפתיע עם מהלך רב עוצמה בשוק זה כפי שעשה דיסקונט.

ביט יחד עם שתי אפליקציות התשלום המקומיות האחרות נמצאת בסוג של מלכוד (catch 22): כל גידול בפעילות P2P יגדיל את ההפסד שלה עקב עלות הסליקה שהיא עלות משתנה ועלויות משתנות נוספות²⁶. כל ניסיון לגבות תשלום ולו הסמלי ביותר, יביא לבריחת לקוחות לאפליקציות החנימיות ובהמשך לכניסת כל אמצעי התשלום האחרים לשוק הרלוונטי.

²⁶ למשל עלויות מימון, הודעות סמס, תפעול, תחזוקה, שירות לקוחות, הפסדים כספיים ועוד

בכתבה שפורסמה בעיתון גלובס²⁷ נטען כי ביט דומה לשירותים כגון פייסבוק או גוגל. זוהי טעות קשה.

חסמי הכניסה לכניסתם של שחקנים חדשים לתחרות בשוק אפליקציות התשלום הם מינוריים וכאמור, בעת האחרונה, גם חברות כרטיסי האשראי חנכו אפליקציות דומות. השרות החינמי של ביט אינו מקנה לה כל יתרון תחרותי כדוגמת זה שיש לפייסבוק או לגוגל. ההתנתקות מביט אינה יוצרת בעיה למשתמש, בשונה מהתנתקות מפייסבוק שהיא גם התנתקות מפעילות חברתית אינטנסיבית שאין לה תחליף מיידי. לביט יש תחליפים רבים. גם אם אדם התנתק מביט, הוא יקבל הודעת sms על כסף שהועבר לו ולא יינזק מכך.

כפי שהבהרנו, ביט איננה מונופול, על פי כל מבחן אפשרי, כי חלקה בשוק הרלוונטי הוא מזערי. גם בהגדרה מצמצמת של שוק העברות של סכומים נמוכים חלקה נמוך.

בנוסף לכך, ביט איננה מונופול משום שמי שאין לו כל אפשרות לנצל את כוחו בשוק לרעה, אי אפשר להגדירו כמונופול. ביט נותנת את שירותיה בחינם, אינה נהנית מהכנסות (פרסום לדוגמה) על ידי צד ג' ואין כל קושי להתחרות בה כפי שכבר קורה מצד עשרות שחקנים שהצטרפו ומצטרפים בימים אלה לשוק.

בכל מקרה, השוק כולו צפוי לעבור טלטלה, שינוי של ממש, כבר במהלך שנת 2021, וכל המספרים ונתוני השימוש של ביט ושל יתר האפליקציות יהיו שונים לחלוטין בסוף שנה זו.

הטענה בדבר היותה של ביט מונופול, שהועלתה, בין היתר, ע"י עו"ד דרור שטרומ²⁸, הינה מופרכת וחסר שחר. מאידך, מי שפועל בשוק שבו הוא מעניק שירותים חיוניים למיליוני צרכנים מרוצים, ללא תשלום, ראוי שיינתן לו להתחרות בשווקים תחרותיים, שבהם ניתן לייצר הכנסות, בלי סייגים, בלי חסימות.

²⁷ [ריבית דריבית - אפליקציית ביט משתלטת על השוק. לא כולם חושבים שזה טוב](#) גלובס 15.1.2020

²⁸ " ביט הוא מונופול וכו'..." מכתבו של דרור שטרומ (רשימת מקורות מס' 13)

מתפקידו של הרגולטור להבטיח את קיומו של שוק תחרותי על ידי הסרת כל החסמים.

2. השוק המקוון : Bit Com +B2P

כל מה שנטען בסעיף הקודם לא בא לרמוז כי בנק הפועלים הקים את ביט כשרות פילנתרופי לציבור. אמנם הציבור, ללא ספק, נהנה מהשרות החינמי המעולה אך גם לבנק יש שיקולים עסקיים: לשמור על מעמד מוביל בשוק מתפתח, לא לפגור אחרי או להקדים את המתחרים, לשמור על הלקוחות, על המותג והמוניטין על ידי שידור חדשנות ופתיחות, להיערך לעידן ולתחרות של הבנקאות הדיגיטלית, לעשות מה שעושים בבנקים בעולם הגדול, ובכך לעודד תחרות בין הבנקים ועוד טעמים נוספים. כל אלו לא מענייננו בחוות דעת זאת.

הבנק גם מצפה שביט תהפוך למוקד רווח ולא למוקד הפסד כפי שהיא כיום, כדי להצדיק ולממן את המשך שירותי ה P2P החינמיים, ולכן, כאשר השוק הראשון נדון להיות הפסדי לאורך ימים, ביט הייתה חייבת לפנות לשווקים תחרותיים, שם נהוג לשלם עבור שירותי ערך מוסף פיננסיים ושם מדובר בשווקים של עשרות

מיליארדי ₪. בשווקים אלה, ניתן יהיה למנף את בסיס המידע של הלקוחות הקיימים של ביט, למעלה מ- 2.5 מיליון בעלי סמארטפונים שמספרי הטלפון שלהם מוכרים ע"י ביט ואפשר להציע להם שירותים חדשים.

בשוק ה B2P כמו הדוגמה שהבאנו של העברת תשלומי חברות הביטוח ללקוחות באמצעות האפליקציה, מדובר בשוק חדש לחלוטין שבא להחליף משלוח שיקים בדואר. ודאי שאין לביט מעמד מונופוליסטי בו. ההיפך הוא הנכון, היא עושה את צעדיה הראשונים כדי לחדור לשוק זה. זהו שוק יעד פוטנציאלי שיש לפתח אותו, יש בו כבר היום שחקנים פעילים ויהיו עוד רבים בעתיד. אין שום פגם בכניסת ביט לשוק זה ואף גורם לא חוסם אותה. היא פשוט צריכה להתחרות.

כך גם לגבי שוק ה P2B שביט עושה את צעדיה הראשונים לחדור אליו, בעבודת נמלים של חתימה על הסכמים עם כל הגורמים העסקיים שמקיימים מסחר ברשת. כמובן שכל חברות כרטיסי האשראי ומועדוני הלקוחות, עם הכרטיסים הייעודיים הנוכחיים והאפליקציות הייעודיות, כבר נמצאים שם, כולל חברות בינלאומיות כגון-

PayPal, וביט נכנסת לשוק רווי מתחרים. PayPal היא חברה בינלאומית גדולה ומוכרת שמציעה את השירות שלה, על הפלטפורמה של כרטיס האשראי, אך עם ערך מוסף משל עצמה ועלות נוספת שמשלמים הלקוח והספק, וביט תיזרש להתחרות גם בה ובחברות בינלאומיות רבות נוספות.

לכן ברור כי מדובר בשוק תחרותי מאד, עם עשרות מתחרים שכבר פעילים בו שמאמצי החדירה אליו הם משמעותיים וביט תיזרש לכל הידע שצברה ולמאגרי המידע שפיתחה, כדי לחדור אליו.

זה ודאי אינו שוק מונופוליסטי.

3. שוק התשלומים באמצעות תקשורת לטווח אפס NFC בפרוטוקול EMV

זהו שוק שכבר סקרנו אותו בפרק ב', שמוערך ב- 150 מיליארד \$ מתוך סך תשלום של כ- 350 מיליארד \$ בשנה של כל משקי הבית בישראל באמצעות למעלה מ- 9 מיליון כרטיסי אשראי פעילים. בשוק זה התשלום מתבצע ליד הקופה, בחנויות הקמעונאיות, רשתות המזון, הפארם, הביגוד, המסעדות, כלים וחומרים לבית, מסעדות, בתי קפה, נותני שירותים, טמבוריות, רהיטים, ציוד, וכן הלאה. שם נהוג לשלם בכרטיסי אשראי פלסטיק, לא במזומן ואף לא בשיקים, ולכן אפליקציית הארנק הדיגיטלי של ביט, רכישה מובטחת באמצעות האפליקציה בסמארטפון, צריכה להיות נוכחת ומתחרה בשוק זה, השוק הגדול והתחרותי מכולם.

אם יוסרו המחסומים שהטילו הבנקים וחברות כרטיסי האשראי על פעילות ביט, פעילות של ארנק דיגיטלי פתוח, שכל 2.6 מיליון לקוחותיה יוכלו להשתמש בו, ללא הגבלה וללא סייג, תוכל ביט לנסות ולייצר לעצמה הכנסות משוק זה שאם נגדירו כשוק תחרותי תהיה זו לשון המעטה.

בשוק זה, תתחרה ביט עם עשרות מתחרים: עם כל כרטיסי הפלסטיק שבעליהם לא מעוניינים לשלם דרך האפליקציה; עם כל אפליקציית התשלומים שכל מנפיק יפתח לעצמו; עם כל האפליקציות של עשרות מועדוני חברים, כל מועדון עם ההטבות שלו והאפליקציות שלו; עם ארנקי התשלום הדיגיטליים של חברות הענק הבינלאומיות שחלקן כבר מפעילות ארנקים דיגיטליים זה מספר שנים.

ביט תצטרך להתחרות בכל אלה ולמצוא את דרכה בעולם התחרותי הזה.

פרק ד' - מספר תובנות אודות ביט

בארבע שנות פעילותה, ביט לא הניבה רווחים כלשהם לבנק הפועלים. הבנק השקיע בה ועוד ימשיך להשקיע ממקורותיו עוד שנים, עד שפעילות זאת תגיע לאיזון ותחזיר את ההשקעה.

הדבר לא יקרה מעצמו ולא יקרה בשנתיים שלוש הקרובות. אפשר לצייר תסריטים שונים, פסימיים ואופטימיים, אבל ביט מבקשת לפעול בשוק ללא חסמים והגבלות ולהמשיך ולתת את מלוא השירות לכל מי שרוצה להשתמש באפליקציה. ביט מבקשת להגדיל את הכנסותיה בשוק המסחרי, בעיקר פעילות הארנק הדיגיטלי שלה, כדי לעבור, אולי, לרווח בטווח הארוך ולהמשיך להפעיל את שירות החינמי שלה למשקי הבית, כפי שעשתה מאז הקמתה, שירות שתועלתו ללקוחות ולמשק הלאומי היא רבה מאד.

היות ובנק הפועלים הוא חברה ציבורית, אין זה אפשרי לחשוף כאן מידע פנימי דיסקרטי שהוצג לפנינו. לכן נציע אינדיקציות ראשוניות בלבד.

הבנק השקיע עד כה כ- 75 מיליון ₪ בפיתוח האפליקציה. השקעה זו גדלה מדי שנה מכיוון שהבנק מבקש להיות ראשון וחלוץ בחזית הטכנולוגית ומבקש לפתח ולשכלל את האפליקציה דרך קבע.

בשוק הראשון של P2P לא נרשמה כל הכנסה ישירה. נרשמה רק הכנסה עקיפה בגין החזר עמלה צולבת מהסולק בגין עמלה צולבת עבור כרטיסי אשראי שהנפיק הבנק. כרטיסי האשראי הבנקאיים של בנק הפועלים מהווים כ- 19% מסך הכרטיסים. כל יתר ההכנסות מעמלות התקבלו על ידי מנפיקים של כרטיסי אשראי אחרים.

בשוק השני, שוק ה-B2P, שוק הזיכויים של חברות הביטוח וכן שוק ה-Bit com, שבו פועלת ביט כשנתיים, נרשמו בשלב זה הכנסות מזעריות.

בשוק השלישי, שוק הארנק הדיגיטלי שיפעל ליד הקופות בתקן EMV, הבנק לא רשם עד כה הכנסה כלשהי.

ביט היא, אפוא, אפליקציה בראשית דרכה, מעין סטארט-אפ של חדשנות טכנולוגית. ביט איננה מונופול ואף איננה שירות פיננסי שדרכו להפיכת מקור הכנסה לבנק סלולה ומובטחת. דרכה של ביט להצלחה עודנה רצופה מהמורות ואין לדעת כיצד יסתיים המסע אליו יצא בנק הפועלים בשנת 2016.

פרק ה'- כניסת הארנק הדיגיטלי של ביט לשוק- חסמים וסיכויים

כפי שהבהרנו בפרקים הקודמים, כניסת הארנק הדיגיטלי של ביט לשוק השלישי, תשלום מאובטח בפרוטוקול EMV בעת הרכישה אצל הקמעונאי בנקודת המכירה, POS, הוא השוק הגדול והחשוב שעומד מול ביט ורק עכשיו, ארבע שנים לאחר תחילת פעולתה, לאחר שהתבססה בשוק ה P2P לאחר השקעה והוצאה מצטברות של כ- 300 מיליון ₪, היא נערכת לפעול בו. זהו שוק תחרותי מאד, עשרות שחקנים מקומיים ובינלאומיים, שעוד יהפוך לתחרותי יותר כאשר ייתם עידן כרטיס הפלסטיק הישן וכל התשלומים בקופה יהיו באמצעות האפליקציה בסמארטפון, בדיוק כמו שכבר קורה בהסדר התשלום בתחבורה ציבורית.

כדי להתחרות בשוק זה כשידיה אינן קשורות, יש לאפשר לביט ליישם את השימוש באפליקציה שלה בכל סוגי הכרטיסים, של כל המנפיקים, בדיוק כפי שנעשה הדבר בשוק ה P2P שבו כל המנפיקים מאפשרים לביט לפעול ללא סייג וללא הגבלה.

זהו עיקרון הארנק הדיגיטלי **הפתוח** שמשמעותו אפשרות של תחרות הוגנת בין כל כרטיסי האשראי בשוק ובין כל אפליקציות התשלומים.

אבל לאכזבת ביט, כניסתה לשוק תחרותי זה, שהיא אתגר מקצועי בפני עצמו עקב ריבוי המתחרים, נתקלת בקשיים מצד מנפיקי כרטיסי האשראי השונים וביט נותרה עם פלח שוק פוטנציאלי חלקי מאד ²⁹, של מחזיקי כרטיס האשראי. בעיקר מחזיקי כרטיס האשראי שהנפיק בנק הפועלים שחלקו הוא כחמישית בלבד מסך השוק.

בטבלה הבאה אנו מציגים אומדן של שוק התשלומים באמצעות כרטיסי אשראי ³⁰ בשנת 2020 בנקודות המכירה POS, המבוסס על נתוני המפקח על הבנקים ³¹. הנחנו כי מתוך 350 מיליארד ₪ שהוצאו בשנה זו בארץ באמצעות כרטיסי אשראי, חלקה של הקניה בתקן EMV יעמוד על סך של 150 מיליארד ₪ עם השלמת הרפורמה.

²⁹ נמסר לנו כי עם בנק מזרחי הגיעה ביט להסדר שימוש באפליקציה שלה בכרטיסי אשראי שמנפיק הבנק ובמקביל נמשך מו"מ עם חלק מהמנפיקים האחרים

³⁰ מדובר בכל כרטיסי האשראי שהונפקו

³¹ נתוני המפקח על הבנקים מוצגים בחלוקה לשתי קטגוריות בלבד, בנקאי וחוף בנקאי, חלקו של כל מנפיק בתוך הקטגוריה נאמד על ידנו.

מספר כרטיסי אשראי ומחזור כספי לפי מנפיקים. אומדן 2020				
מחזור במיליוני ₪	באחוזים	מספר באלפים	באחוזים	כרטיסים בנקאים
29,175	19.5%	1,826	15.5%	לאומי
32,565	21.7%	2,168	18.4%	פועלים
20,475	13.7%	1,437	12.2%	דיסקונט
10,200	6.8%	766	6.5%	בינלאומי
12,750	8.5%	872	7.4%	מזרחי
8,340	5.6%	295	2.5%	אחר
113,505	75.7%	7,359	62.5%	סך הכל בנקאים
				כרטיסים חוץ בנקאים
13,110	8.7%	1,695	14.4%	ישראלכרט
9,855	6.6%	1,060	9.0%	מקס
13,530	9.0%	1,667	14.2%	כאל
36,495	24.3%	4,423	37.5%	סך הכל חוץ בנקאים
150,000	100%	11,782	100%	סך הכל

כל עוד לא נפתח השוק לרווחה וכל עוד המנפיקים האחרים אינם מאפשרים לאפליקציית ביט להשתמש בכרטיסים שלהם, נותרת ביט רק עם מחזיקי כרטיסי האשראי של בנק הפועלים בלבד, כ- 21.7%.

ואם ניקח בחשבון כי רבע מלקוחות אלו הם בעלי אייפון של אפל, שכזכור חוסמת כל אפליקציית תשלום שאינה Apple Pay, נותרה ביט עם נתח שוק של כ- 16% מכלל השוק שבו כאמור פועלים עשרות שחקנים. פוטנציאל של 25 מיליארד ₪ בלבד. סכום זה כשלעצמו לא ייצור הכנסה חדשה מבחינת בנק הפועלים, שהרי העמלה הצולבת עבור קניות אלו כבר מתקבלת היום בבנק כאשר משלמים בכרטיסי האשראי הבנקאיים הקיימים, כרטיסי הפלסטיק.

זהו מצב דברים המנוגד לעקרונות התחרות שאותם מקדמים הרשות לתחרות והמפקח על הבנקים.

ביט פנתה הן לבנק ישראל והן לרשות התחרות כדי שיפתחו בפניה את שוק התשלומים מבוססי EMV אבל מטבע הדברים, הטיפול הרגולטורי בפנייה זו מצריך זמן רב וביט אינה יכולה להרשות לעצמה להמתין בחיבוק ידיים לפתיחת השוק שנסגר בפניה. לא ידוע גם אם הרגולטורים אכן ירצו להתערב בנושא זה וגם אם יחליטו לעשות זאת, מתי כל זה יקרה.

מכאן צמחה היוזמה של ביט להקים מועדון לקוחות למשתמשי ביט, שיהיה פתוח ללקוחות כל הבנקים וכל בעלי כרטיסי האשראי, אשר ישען על כרטיס אשראי ייעודי חדש שתנפיק לצורך כך אחת מחברות כרטיסי האשראי.

לאחר משא ומתן עם שלוש מנפיקות הכרטיסים החוץ-בנקאיים, נבחרה חברת כרטיסי האשראי כ.א.ל.³² לביצוע המשימה ומיזם מועדון הלקוחות של ביט עם כרטיס ייעודי ביטקארד יצא לדרך לאחר שנחתם הסכם בין ביט ל כ.א.ל.

מועדון ביטקארד

ההסכם בין ביט ל כ.א.ל. שמתוקפו תנפיק כ.א.ל. את כרטיס האשראי החדש ללקוחות ביט הוא הסכם מועדון טיפוס שכימותו יש עשרות בענף כרטיסי האשראי, בין מנפיק חוץ בנקאי לבין גורם מסחרי, או גורם לא מסחרי³³, שמרכז עשרות או מאות אלפי לקוחות פוטנציאלים.

כמו למשל מועדון הקונים של שופרסל, שכולל 600 אלף מחזיקי כרטיס אשראי שופרסל מתוך כשני מיליון חברי מועדון בסה"כ, שהכרטיס שלו הונפק על ידי חברת כ.א.ל. כרטיס אשראי זה נושא את שמות שני השותפים לכרטיס, שופרסל ו- כ.א.ל., שנים לפני החבירה החדשה על אפליקציית פייבוקס של בנק דיסקונט לשופרסל בינואר 2021. זהו שוק שבו מתרחשת תחרות במלוא עוזה.

ביטקארד ומועדון החברים שהקימה ביט על בסיס לקוחותיה

כל מי שקרא במסמך עד כה יבין מה היה המניע להנפקת ביטקארד באמצעות חברת כרטיסי האשראי כ.א.ל.: לאפשר לכל לקוחות ביט, מכל הבנקים ובעלי כל כרטיסי האשראי, לעשות שימוש באפליקציית ביט בעת ביצוע רכישה מאובטחת מול מסך הקופה בפרוטוקול EMV.

טענתנו היא טענה כלכלית גרידא ולא טענה משפטית; מצב הדברים בשוק, חסימת האפליקציה, דחייתה בפועל, על ידי המנפיקים השונים חייבה את ביט לפעול כדי

³² חברת כ.א.ל. נמצאת בבעלות בנק דיסקונט

³³ כגון מועדון "חבר"

לאפשר לה להמשיך לפעול ולהתחרות בשוק הזה ומכאן באה היוזמה לכרטיס החדש, כרטיס ביטקארד, מועדון הלקוחות של ביט, שנחתם בין ביט לבין חברת כ.א.ל.

אין אנו עוסקים בהיבטים המשפטיים של הקמת מועדון זה. קיבלנו לידנו חוות דעת משפטיות מפורטות, שמסבירות כי מדובר באקט כלכלי לגיטימי, שאינו מונע תחרות אלא, להיפך, מקדם את התחרות.

אין כל הבדל בין לקוחות ביט המאוגדים על ידה למועדון חברים, לעשרות המועדונים של רשתות השיווק, ארגוני החברה האזרחית, עמותות ועוד כהנה וכהנה.

הקמת מועדון לקוחות שיונק עבורו כרטיס אשראי נושא הטבות, הינה צעד שיווקי מקובל ולגיטימי שבו שני הצדדים, מנפיק הכרטיס ובעל המועדון, יוצאים נשכרים וחולקים ביניהם את פירות שיתוף הפעולה, שמשרת נאמנה את לקוחות המועדון שמצטרפים אליו מרצונם החופשי ועל פי שיקול דעתם הבלעדי בלבד.

לכן, מבחינה כלכלית, אין שום דבר חריג ויוצא דופן בהקמת מועדון הלקוחות של ביט, לקוחות מרוצים שמקבלים מאז שנת 2017 שירות נחוץ ומעולה, שלא היה זמין לפני כן, וכל זאת חינם אין כסף. הצטרפות למועדון היא, בין היתר, מתן אפשרות ללקוחות המרוצים להביע אמון ותודה ליוזמי ביט והדעת לא סובלת שמישהו ימנע זאת מהם, בטענה או תואנה בלתי סבירים.

פרק ו'- הטענות שעלו נגד ביט והתשובות להן

עיקר הטענות נגד ביט הועלו על יד עו"ד דרור שטרומ ששמד בראש הוועדה להגברת התחרות בשירותים בנקאים ופיננסים נפוצים, שהגישה את הדו"ח הסופי שלה בספטמבר 2016. לאחר שהמלצות הוועדה התקבלו בממשלה, חוקק חוק להגברת התחרות וצמצום הריכוזיות בשוק הבנקאות בישראל בינואר 2017. החוק, הרפורמה שהוא בא לקדם והוועדה שהמליצה על הרפורמה, קרויים על שמו של שטרומ שיצא כעת להגן על הרפורמה מפני האיום המדומה שמציבה לו, לדעתו, אפליקציית ביט בכלל וכרטיס ביטקארד בפרט.

ניתוח או ביקורת של רפורמת שטרומ חורג מגדר חוות דעת זאת. לפיכך נעסוק בשני היבטים של חוק שטרומ שיש להם נגיעה לביט.

אפליקציית ביט והקשר שלה לחוק שטרומ

אכן, החוק חייב את שני הבנקים הגדולים, לאומי והפועלים, למכור את כל אחזקותיהם במקס (לאומי קארד) ובישאר כרטיס בהתאמה, כדי להגביר את התחרות ולהקטין את הריכוזיות בשוק הפיננסיים. בנוסף, שני הבנקים נדרשו, לתקופת ביניים עד שנת 2024, להקטין את מסגרות האשראי שהם מעמידים לרשות הלקוחות שלהם שמחזיקים בכרטיסי האשראי שהנפיקו שני בנקים אלו, ב-50% וכל זאת רק עד שנת 2024, שנה שבה תבוטל כל מגבלה. (50% מהיקף המסגרות שהיו בדצמבר 2015)

מדובר במסגרת אשראי צרכני לבעלי הכרטיסים של שני הבנקים בהיקף של כ-40 מיליארד ₪ שהבנקים היו צריכים לצמצם הדרגתית בחצי ולהעמידו על כ-20 מיליארד ₪. הצפי היה שהלקוחות שיפגעו מצמצום מסגרות האשראי שלהם, לקוחות הפועלים ולאומי וכרטיסי האשראי שלהם, יחליטו לעבור לבנקים אחרים או למנפיקי כרטיסי אשראי אחרים ובכך תקודם התחרות ותצומצם הריכוזיות.

במבט לאחור, לא ברור עד כמה לקוחות הבנקים המתחרים ובעלי כרטיסי האשראי שלהם, אכן נהנו מאותה רפורמה שמאמץ כה רב הושקע בהוצאתה לפועל.³⁴ הציבור לא נהר מהאשראי הבנקאי לאשראי החוץ בנקאי מכיוון, שבמקרים רבים, האשראי החוץ בנקאי יקר יותר מזה הבנקאי. סוגיה זו חורגת מעניינה של חוות דעת זו.

בכל מקרה, הקמת ביטקארד כלל אינה פוגעת בהתחייבות בנק הפועלים לצמצם את מסגרות האשראי שהוא מעמיד ללקוחותיו שמחזיקים בכרטיס האשראי שהוא הנפיק.

חברת כ.א.ל לבדה היא זו שמעמידה את האשראי ללקוחות של מועדון ביטקארד, היא מבצעת את החיתום ונושאת בסיכון.

לכן מועדון ביטקארד איננו מאיים בדרך כלשהי על רפורמת שטרומ.

למען הסר כל ספק, התחייב מנכ"ל בנק הפועלים לכלול במניין מסגרות האשראי שהבנק נותן בכרטיסי האשראי שלו בשנת 2021 גם את המסגרות שיינתנו בכרטיס

³⁴ ראה למשל דברים שאמר פרופסור נתן זוסמן בדבר המאמץ בניתוק חברות האשראי מהבנקים בראיון שנתן להילה ויסברג בגלובס ב-15.1.21 שהלינק שלו מופיע בהערות שוליים 1.

ביטקארד (למרות שהוא מונפק על ידי כ.א.ל) כדי שאיש לא יוכל לטעון שהקמת ביטקארד מפרה את עקרונות רפורמת שטרומס³⁵.

עד כאן לגבי שאלת היקף מסגרות האשראי לחברי מועדון ביטקארד.

ומה באשר לשוק האשראי הצרכני בכללו? האם ביטקארד מסכלת את מאמצי חברות כרטיסי האשראי להרחבת התחרות מול בנק הפועלים לגבי מתן אשראי צרכני? ממש לא, ההיפך הוא הנכון. הקמת ביטקארד תביא לחברת כ.א.ל לקוחות חדשים והיא תוכל להציע ללקוחות אלה אשראי כרצונה וכל זה פועל לטובת התחרות ולטובת כ.א.ל.

אין כל קשר בין מיזם ביטקארד לתחרות בשוק האשראי הצרכני. כפי שהבהרנו לאורך חוות דעת זאת, אין כל זיקה וכל קשר בין השקת ביטקארד ושאלת היפרדות בנק הפועלים מישראלכרט. בנק הפועלים החליט להשקיע בטכנולוגיות מתקדמות כדי להתמודד עם מציאות בנקאית חדשה וביט היא השקעה ברוח זאת, פיתוח של שירות חשוב מאד שלא היה קיים בעבר.

שאלות ותשובות נוספות בקצרה

1. האם השירות החינמי של ביט בשוק ה P2P הוא חינמי אבל רק לכאורה? מעין "מלכודת דבש" כמו באפליקציית ווטסאפ, כמו במנוע החיפוש של גוגל או ברשת החברתית של פייסבוק? שכל תפקידה הוא לפתות את הלקוח לחשוף את פרטיו האישיים והרגלי הצריכה שלו כדי לנצל את המידע עליו לצורך פרסום מטורגט מצד גורמים שלישיים?
התשובה היא לא. נתוני הלקוחות של ביט הם מידע דיסקרטי של הבנק והוא לא רשאי להעביר אותם לצדדים שלישיים. כל לקוח של ביט, שלא כמו בשלוש הדוגמאות לעיל, יכול להתנתק מביט כהרף עין ולקבל שירות דומה באפליקציות תשלום אחרות. אין הוא לקוח שבוי ואין לו קשר לקבוצה חברתית ויש לו ספקי שירות מתחרים. אכן בנק הפועלים השקיע 300

³⁵ ההתחייבות הינה ביחס לשנת 2021

מיליון ₪ באמצעות ביט גם כדי למשוך אליו לקוחות של בנקים מתחרים, שאולי יוכל להציע להם את שירותיו, אבל זה צעד חוקי שמדרבן תחרות בין הבנקים ואין בו כל פסול.

2. האם השקת ביט בסוף שנת 2016 הייתה צעד מכוון של בנק הפועלים כדי ליצור "מאזן אימה" מול חברות כרטיסי האשראי המופרדות? התשובה היא בהחלט לא. חברות כרטיסי האשראי, למרות הוויכוח הער על צמצום מסגרות האשראי של הבנקים ללקוחותיהם, מחזיקי כרטיס האשראי שלהם, אינן מתחרות עם הבנקים על אותה מערכת שירותים ולקוחות. מדובר בגורמים משלימים ולא מתחרים. כמעט כל פעילות ביט נעשית על פלטפורמה של חברות כרטיסי אשראי, מניבה להן הכנסות ואינה מחליפה אותן. הקמת ביט הייתה צעד של חדשנות ויזמות בתחום העיסוק הבנקאי, כפי שעשו עוד לפני כן בנקים וחברות בינלאומיות רבות. מי שלא מסתגל למציאות טכנולוגית חדשה, עלול למצוא את עצמו מחוץ למשחק, בלתי רלוונטי לחלוטין ומי שלא מבין זאת, אינו יכול להעביר ביקורת.

3. האם היה צורך לעצור את יוזמת ביט עוד באיבה, בשנת 2017 כפי שהתריע שטרום בזמנו?

ממש לא. זו הייתה יוזמה מקורית ששינתה משמעותית את אופן העברת תשלומים בין אנשים ובהמשך תשנה, יחד עם כל אפליקציות התשלום האחרות, את כל נוהגי התשלום עבור מוצרים ושירותים בישראל, אשר מפגרת מול העולם בתחום זה. ביט ומתחרותיה יפחיתו את השימוש במזומן, מטרה מוצהרת של בנק ישראל. תמיד יהיו אלו שיוצאים נגד יוזמות והמצאות חדשות ומציעים תאוריות קונספירציה שונות כדי לעכב אותן.

פרק ז'- סיכום ומסקנות

נפתח בהבאת דברים בשם אומרם מתוך מכתבו של עו"ד שטרום לשר האוצר ולנגיד בנק ישראל מה 28.12.20. וכך הוא מתאר את השקת אפליקציית ביט על ידי בנק הפועלים בסוף שנת 2016, חודשים ספורים לאחר שפורסם דו"ח שטרום שבו הומלץ לנתק בין הבנקים הגדולים לחברות כרטיסי האשראי שלהם, משמע הוטל על בנק הפועלים למכור את כל אחזקותיו בישראל. וכך הוא כותב:

סמוך לכך, בהבינו כי פעילות חברות כרטיסי האשראי היא איום תחרותי לשליטתו במערכת, השיק בנק הפועלים שירות מתחרה לחברות כרטיסי האשראי בדמות סליקת חיובים ביישומון סולר ("ביט"). חרף התראותיי כי אין מדובר בתחרות לשם תחרות אלא כדי ליצור "מאזן אימה" מרתיע כלפי חברות כרטיסי האשראי המופרדות, לא עשו משרדיכם דבר כדי למנוע פעילות זו, וכך **הפך "ביט" למונופול** השולט על 90% מהסליקה באמצעות יישומים, אף שנאסר בחוק על בנק הפועלים לעסוק בסליקה.

לאחרונה אף העז בנק הפועלים לבצע כרסום דרמטי נוסף ברפורמה והודיע ברבים כי הוא יוציא ללקוחות "ביט" כרטיס אשראי "חרץ בנקאי" – מהלך שמהווה **סיכול מחלט** של כוונת הממשלה והכנסת ברפורמה ומשלים את כניסתו לתחום פעילותן של חברות כרטיסי האשראי.

אני קורא לכם לעצור מהלך זה, המאיים על הרפורמה כולה לאלתר עד לבירור **ממצה** של הנושא:

כל ההדגשות במקור. אכן טקסט מופרך לחלוטין זה, מחייב פירוש ותגובה.

סמיכות הזמנים שבין פרסום דו"ח שטרומ והשקת ביט, אולי שלושה חודשים בלבד, מאפשרת לשטרומ לרקום תיאוריית קונספירציה מקורית שמצביעה על קשר **סיבתי**, לכאורה, בין שני אירועים שקרו אחד אחר השני; מה שמאפשר לשטרומ להציע כי האירוע השני, השקת ביט, אינו אלא תולדה של האירוע הראשון, ההנחיה לבנק הפועלים למכור את אחזקותיו בישראל. באופן ההולם תיאוריות קונספירציה, בחירת המילים של שטרומ תואמת את התיאוריה שהגה: "מאזן אימה", "מונופול של 90%", "כרסום דרמטי", "סיכול מוחלט" תוך הטחת האשמות חסרות שחר בבנק הפועלים. ויובהר, מדובר בשני אירועים שאין כל קשר ביניהם; אפליקציות התשלום בעולם נולדו זמן רב לפני שוועדת שטרומ החלה בעבודתה. אין כל קשר בין ההחלטה האסטרטגית של בנק הפועלים להשקיע ולהיות הראשון בפיתוח אפליקציית תשלומים חדשנית וידידותית, צעד ראשון בדרך ארוכה של התמודדות עם עולם הבנקאות של מחר, המשתנה, מהלך שנמצא עדיין בעיצומו ומחייב כל בנק להכין את עצמו לעידן הבנקאות הדיגיטלית, עם ההחלטה המנהלית של הפרדת חברות כרטיסי האשראי מהבנקים. אפליקציות תשלום בעולם "נולדו" שנים רבות לפני תחילת עבודתה של ועדת שטרומ. אילו היה מישהו שועה "לאזהרותיו" של שטרומ בזמן אמת, בראשית שנת 2017, כאשר מיזם ביט יצא לדרך, כל היוזמה המבורכת הזאת, שבנק דיסקונט ובנק לאומי הלכו בעקבותיה, הייתה נקטעת באיבה. זה מה שלדעת שטרומ, צריך היה לקרות.

כדי לבסס דרישתו "לעצור את המהלך" מעלה שטרם טענות נוספות השגויות לחלוטין מבחינה עובדתית: הבנק אינו עוסק כלל בסליקה ואיננו נהנה מעמלות סליקה כלשהן ; הבנק לא הגיע להסדר כובל כלשהו עם בנק דיסקונט ; כרטיס האשראי החדש ביטקארד הינו כרטיס אשראי חוץ בנקאי ככל יתר כרטיסי האשראי החוץ בנקאיים שהונפק ע"י חברת כ.א.ל.

בניגוד למה שכתב שטרם, אין ביט מתחרה של חברות כרטיסי האשראי. בשרותי העברת כספים P2P, ביט מייצרת להן שוק חדש, מקור הכנסה נוסף עבור שירותי העברת הכסף שהן נותנות לה. בשוק הארנק הדיגיטלי, כל חברת כרטיסי אשראי שתאפשר תשלום באפליקציית ביט תהנה מהעמלה הצולבת.

מדובר בשוק תחרותי שבו עשרות שחקנים מציעים את שירותי הארנק הדיגיטלי שלהם, כולל חברות כרטיסי האשראי עצמן, ואין שום סיבה לחסום שוק זה לפעילותה של ביט. אם אמזון, אפל, פייסבוק וסמסונג יוכלו להציע את אפליקציית התשלומים שלהן לכל לקוחות מנפיקי כרטיסי האשראי למיניהם, מדוע לא יתאפשר לביט להציע את שירותיה בשוק תחרותי זה?

ביט, כפי שהדגמנו שוב ושוב, אינה מונופול כפי שכתב שטרם ויש לאפשר לה להתחרות בשווקים התחרותיים תוך שהיא ממשיכה להעניק את השירותים החינמיים שלה.

ביט אכן מציעה שירותים חינמיים בשוק ה-P2P. כך עשתה מאז הקמתה וכך תעשה בעתיד תוך הענקת שירות חיוני וחשוב לציבור הרחב. כדי לממן פעילות חינמית זאת יש לאפשר לה להתחרות בכל השווקים האחרים, שם תוכל לרשום הכנסות, ללא כל מגבלות.

לסיכום: אנו ממליצים לבנק ישראל ולממונה על התחרות לאפשר את התפתחות המהירה של כל אפליקציות התשלום בישראל, כדי לעבור באופן חלק לעולם שיאפשר ביצוע כל התשלומים במהירות, בנוחות ובבטחה מהסמארטפון. ללא מזומן, ללא שקים וללא אחזקת כרטיסי אשראי בארנק. לדעתנו, אין לאפשר לחברת אפל בלעדיות. אנו ממליצים לשקול רגולציה של מניעת חסמים שבה כל המנפיקים יכבדו את כל האפליקציות. לחילופין, כל עוד יש חסמים, יש לאפשר לביט ולכל אפליקציה אחרת להקים מועדון לקוחות עם חברת כרטיסי אשראי חוץ בנקאית שתפעיל אותו. המעבר לתקן EMV הוא בלתי נמנע ויש להשלימו במהירות וביעילות.

31.1.21

רשימת מקורות			
2019	הכנסת	חוק שירותי תשלום	1
2017	הכנסת	חוק להגברת התחרות וצמצום הריכוזיות בבנקאות	2
2016	הכנסת	שוק כרטיסי האשראי - מחלקת המחקר	3
2016	משרד האוצר	הוועדה להגברת התחרותיות בשירותים הפיננסיים	4
2020	בנק ישראל	סקירה שנתית 2019	5
2020	בנק ישראל	חלוקת האשראי בשנת 2019	6
2020	בנק ישראל	שוק כרטיסי האשראי - מחלקת המחקר	7
2017	בנק ישראל	הוועדה לקידום השימוש באמצעי תשלום מתקדמים	8
2020	בנק ישראל	סקירה בנושא התשתית לאמצעי תשלום מתקדמים	9
2019	בנק ישראל	דו"ח קידום השימוש באמצעי תשלום מתקדמים	10
2019	בנק ישראל	זייר עמדה בנושא אפליקציות תשלומים של הבנקים	11
2019	Paypers	Payments methos report	12
2020	המכון הישראלי לתכנון כלכלי	זייר עמדה בעניין הנפקת ביטכארד (שטרם)	13
2020	אגמון ושות'	חוות דעת משפטית - התקשרות עם מנפיקים	14
2020	בנק הפועלים	ראשי פרקים לנייר עמדה לבנק ישראל - ביט/ ביטכארד	15
2020	בנק הפועלים	חוות דעת משפטית - ארנק ביט	16
2020	בנק הפועלים	תמצית הסכם ביטכארד	17
2020	בנק הפועלים	מצגת ארנקים דיגיטליים בעולם	18
2020	בנק הפועלים	מצגת ארנקים דיגיטליים ישראל	19
2020	בנק הפועלים	מצגת פעילות ביט	20
2020	אתר הבורסה לני"ע	דו"ח כספי מבוקר של חברת ישראלכרט 2019	21
2020	bit	אתר bit	22
2020	paybox	אתר paybox	23
2020	pay	אתר pay	24
2020	Apple Pay	אתר Apple Pay	25
		קומץ קטעי עתונות:	
150121	גלובס	ריבית דריביט	26
281220	moneyunder30	10 best apps	27
181120	גלובס	ביט, פי"י או פי"יבוקס	28
100820	דהמרקר	לעצור את התחרות עם חברות האשראי	29
180620	כלכליסט	מהפכת התשלומים תגיע לישראל	30
150210	כלכליסט	בנק ישראל יקשה על האפליקציות	31